



## Functieomschrijving Bestuurslid Commerciële Zaken

De functie van Commerciële Zaken is een belangrijke en omvangrijke taak binnen onze vereniging. Het is, naast de inkomsten uit contributie en kantine de meest variabele bron. Het succes van deze bron begint met een doordacht, uitgewerkt en een eenvoudig plan van aanpak. Vaak wordt vooral gedacht aan alleen werving, maar er zijn veel meer taken die moeten worden ingevuld. Bij SC Stadskanaal spreken we m.i.v. het seizoen 2021/2022 van zakelijke partners i.p.v. sponsoren.

Daarnaast heeft SC Stadskanaal een zgn. '50 voor 50 Vriendenbord' en 'Bankie voor bankie', die voornamelijk bedoeld zijn voor niet-zakelijke partners.

### Hoofdtaken:

De belangrijkste taken van deze functie zijn:

- **Commercie:** Het werven van nieuwe zakelijke partners en het beheren van bestaande zakelijke partners.
- **Administratie en organisatie:** Het opstellen van contracten, factureren, het verzorgen van de zakelijke uitingen en voeren van een geautomatiseerde debiteurenadministratie.
- **Communicatie:** Het regelmatig communiceren naar de zakelijke partners en het organiseren van evenementen.

gewenste vaardigheden:

- commerciële ervaring en/of een gezonde dosis commercieel vermogen in de business-to-business
- bezitten van een (groot) zakelijk netwerk
- goede communicatieve en sociale vaardigheden en beheersing van de Nederlandse taal in woord en geschrift
- representatief en een creatieve geest

## **Vertegenwoordiging in het dagelijks bestuur**

De functie van bestuurslid Commerciële Zaken maakt onderdeel uit van het hoofdbestuur. Bij iedere bestuursvergadering staat het onderwerp commerciële zaken standaard op de agenda en zal een update gegeven moeten worden m.b.t. de stand van zaken. Een goede samenwerking/ afstemming met de penningmeester is hierin van belang. De functie van Commerciële Zaken kan het beste ingekleed worden als deze vanuit de visie van een klein bedrijf gezien wordt.

## **Meer dan werven alleen**

Veel verenigingen focussen zich hoofdzakelijk op de werving van nieuwe zakelijke partners. Dit is echter maar een deel van het werk. Als de andere twee hoofdtaken worden verwaarloost, wordt het effect van het wervingswerk teniet gedaan omdat afspraken niet worden nagekomen, facturen niet worden verzonden of voldaan en bestaande zakelijke partners hun overeenkomsten beëindigen.

Zo is de wens om bijvoorbeeld twee keer per seizoen persoonlijk contact op te nemen met elke zakelijke partner (evaluatie, verjaardag of attentie). Hierdoor wordt uitval van bestaande zakelijke partners tot een minimum beperkt en wordt het totale bestand continu voorzien van nieuwe lokale/regionale bedrijven/namen.

## **Accountmanagement**

SC Stadskanaal heeft ervoor gekozen om alle zakelijke partners te segmenteren op branche en type zakelijke partner. Dit gezien de omvang en de transparantie van het totale bestand aan zakelijke partners.

Zakelijke partners zijn onderverdeeld in drie types, te weten

- Hoofdpartner(s)
- Kledingpartners, verzameld onder de gezamenlijke noemer 'De 12<sup>e</sup> Man'
- Zichtbaarheidspartner (TOP-zichtbaarheid, Meshdoek, lichtmast, bord etc.)

Als afwijking hierop zijn er tijdelijke exclusieve samenwerkingen bespreekbaar, zoals een Zorgpartnerschap en een Sportieve partner.

## Communicatie

Communicatie is vaak een ondergeschoven kindje, maar van essentieel belang. Voor een succesvol commercieel beleid is regelmatig communiceren met de zakelijke partners, maar ook regelmatig communiceren over de zakelijke partners belangrijk. Het is belangrijk om onze partners regelmatig, bij voorkeur elk kwartaal, een specifieke nieuwsbrief te sturen.

Ook persoonlijke aandacht, zoals een interview op de website of het berichtje op jubilea creëert veel goodwill. SC Stadskanaal bezit diverse social media kanalen en een website die hiervoor uitermate geschikt zijn. Daarnaast werkt een zakelijke netwerkbijeenkomst goed voor de relatie van zakelijke partners met de club of draagt een jaarlijks bedrijventoernooi in de informele sfeer hier zeker aan bij.

